

# ОБЩИЕ ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 37.037.5:33

ББК Ч4.489.3

## ВОСПИТАНИЕ ПРЕДПРИИМЧИВОСТИ У УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ

В. Б. Орлов

Наше отечество, многие десятилетия игнорировавшее деловую творческую активность, основанную на материальном интересе, стремлении к инновациям, уважении чужой собственности, безнадежно отстало во многих областях жизни от развитых стран. Ставка на труд, лишенный адекватной материальной заинтересованности, не оправдалась. В настоящее время общественное сознание проходит мучительный путь переоценки ценностей. Одна из вновь приобретаемых ценностей – предприимчивость. По нашему определению, *предприимчивость – это деловая активность, содержанием которой являются решительные и нестандартные действия. Их цели: в личностном отношении – поддержка в Я-концепции расширяющегося Я; в интеллектуальном – превалирование более полного и точного знания, более конструктивной мыследеятельности; в эмоционально-психологическом – удовлетворение потребности в риске, предвкушении и ощущении победы; в материальном – удовлетворение растущих потребностей; в экономическом – реализация субъективной модели экономического успеха; в нравственном – уважение в обществе права на собственность, свободу деятельности и отрицание антигуманных форм, средств и методов ведения конкурентной борьбы.* Предприимчивость лежит в основе предпринимательских способностей. Она может быть определена в качестве одной из движущих сил развития экономического образования, которое следует рассматривать в контексте сложного процесса экономической социализации лич-

ности, а последняя, в свою очередь, выступает условием развития предприимчивости. При этом экономическая социализация означает, что личность не только приобретает необходимые представления об основных экономических явлениях и усваивает поведенческие стереотипы и нормы, социально-экономические роли и стереотипы поведения, но и погружается в пронизывающее любой экономической феномен ценностное пространство, основными ориентирами которого являются культурные модели экономического успеха и действующие в обществе соционормативные критерии.

Предприимчивость предполагает оперирование факторами производства (землей, капиталом, рабочей силой, предпринимательскими способностями). Идея французского ученого Ж. Б. Сэя (1767–1842) об оперировании факторами производства вкупе с «принципом замещения» одной комбинации факторов другой, разработанным классиком современной микроэкономической теории А. Маршаллом (1842–1924) дают ключ к пониманию роли и значения предприимчивости как особого механизма эволюционного развития общества. Подготовка предпринимателя, осуществляющаяся в классах, школах и вузах экономической направленности, проходит в русле социализации, предполагающей выработку индивидуального стиля мышления, деятельности и общения, обеспечивающего конкурентоспособность, мобильность человека на рынке труда, корпоративную культуру предпринимательской деятельности.

Как показывают наблюдение и анализ, процесс вхождения в цивилизованные рыночные отношения заметно тормозится наличием острого противоречия между жизненной потребностью рыночной экономики в социальном слое цивилизованных предпринимателей и отсутствием в современной отечественной системе образования опыта и традиций подготовки такого предпринимателя.

Проблема воспитания предприимчивости, несмотря на ее видимую актуальность, мало разработана в науке. Этому есть ряд объяснений. Во-первых, в целом негативное отношение к предпринимательству, как чуждому нашему образу жизни явлению, со стороны общества, эклектически вобравшему в себя тоталитарный режим, постоянную подозрительность, нацеленность на борьбу с реальными и мнимыми врагами. Во-вторых, начавшаяся в 80-е годы перестройка, взявшая в конце концов ориентир на рыночную экономику, не сделала и не могла сделать (в силу своей безадресности, субъективизма управления и т. д.) четкого социального заказа на воспитание качеств человека рыночного

типа. В-третьих, характерная для периода первоначального накопления капитала бедность, ограниченность и алчность формирующегося класса предпринимателей не позволили экономически стимулировать воспитание новых поколений постсоветских предпринимателей. В-четвертых, традиционный для России конфликт между интеллигенцией и предпринимательством выразился в том, что педагогическая общественность проявила нерасторопность и даже инертность в инновационной деятельности в сфере воспитания человека-«рыночника». Это проявилось в слабой проработанности в законодательстве (в частности, в Законе об образовании) идеи воспитания предприимчивости. В-пятых, широко распространено ошибочное мнение, что воспитание предприимчивости излишне, ибо ее саморазвитие стимулируется извечным стремлением человека к богатству, экономическому процветанию, с одной стороны, и страхом перед безработицей и конкуренцией, с другой. Это мнение локализует общественные усилия по поддержке конструктивного предпринимательства, цивилизованной предприимчивости, ведет к асоциальным формам бизнеса. В педагогической литературе наибольшей разработке подверглась ретроспектива экономического образования в российской общеобразовательной школе (Ю. К. Васильев, О. Г. Грохольская и др.) и концепция непрерывного экономического образования молодежи (В. А. Поляков, И. А. Сасова и др.). В ее основание положена идея постоянного развития человека, как субъекта деятельности, на протяжении всей его жизни, освоение им новых экономических условий, укрепление настоящей и будущей жизнеспособности. Значительное место в концепции уделяется программам экономического обучения, гораздо меньше исследованы проблемы индивидуализации экономического воспитания подростков и юношества и еще меньше уделено внимания задаче создания педагогической системы воспитания предприимчивости у молодежи.

Предприимчивость, как личностное качество, составляет основу способности личности к предпринимательской деятельности. Данный вид деятельности, получивший мощный импульс развития в процессе перехода страны к рыночным отношениям, втягивает в свою сферу миллионы сограждан, в частности и молодежь. Для того, чтобы выяснить мотивацию молодежи на занятия бизнесом и ответить на другие вопросы, связанные с предпринимательской деятельностью и воспитанием предприимчивости, нами в 1996–1999 годах были опрошены 1387 студентов и школьников Челябинской и Тюменской областей.

Симптоматично, что 16% респондентов ответили, что уже на студенческой, школьной скамье стали заниматься бизнесом. Что побудило их к этому? В порядке значимости респонденты указали на такие мотивы, как «хочу быть независимым» – 27,4%, «нужны деньги» – 24,7%, «это интересно» – 21,0%, «хочу помочь родителям» – 7,3%, «совершенно случайно» – 1,9%, «за компанию с друзьями» – 1,6%.

Анализ зависимости мотивации занятий бизнесом от материального благосостояния семьи свидетельствует, что первую строчку у категории молодежи – назовем их высокообеспеченными – 38,4% от числа опрошенных и среднеобеспеченными – 48,6% от числа опрошенных – занимает стремление быть независимыми. В то время как у малообеспеченной части молодежи (13%) на первом месте стоит ответ: «нужны деньги». Названный мотив высокообеспеченные поставили на третье место, а среднеобеспеченные – на второе. То есть налицо зависимость: чем хуже материальное положение семьи молодого человека, тем более превалирует чисто прагматический, меркантильный подход к бизнесу. Причем приход в бизнес в этом случае становится более осмысленным. Этот вывод подтверждается количеством респондентов, которые начали заниматься бизнесом чисто случайно. Среди малообеспеченных элемент случайности выделил всего лишь один процент опрошенных, у среднеобеспеченных он выше (3,6%) и еще выше – у высокообеспеченных (5,2%). Таким образом, чем выше уровень материального положения, тем больше процент случайности обращения к бизнесу и, наоборот, чем менее обеспечены юноша, девушка, тем более осмысленным является их приход в бизнес. Второе место в иерархии мотивов у высокообеспеченных занимает интерес к бизнесу. У средне- и малообеспеченной части молодежи он на третьем месте. Мотив «хочу помочь родителям» стоит четвертым у средне- и малообеспеченной части молодежи. У тех, чьи семьи не испытывают никаких материальных трудностей, этот мотив занимает шестое (в нашем случае – последнее) место.

В семьях студентов, обучающихся на «хорошо» и «отлично» – в основном, это дети интеллигенции, ориентирующиеся на высокоинтеллектуальную деятельность, – только с 8,1 до 11,5% родителей заняты предпринимательской деятельностью (самый низкий показатель после «троечников»). Среди этой категории опрошенных еще высок процент родителей (16,5%), которые негативно относятся к бизнесу: считают бизнесменов мошенниками и ворами, хотя 61,2% относятся к предпринимателям положительно. Наиболее высокий про-

цент негативного отношения к предпринимательству – у родителей «троечников». Каждый пятый такой родитель считает их мошенниками и ворами. Это, как правило, интеллектуально неразвитые представители люмпенов, безработных, представителей малоквалифицированных рабочих профессий. Неспособные адаптироваться к новым рыночным реалиям, они еще жаждут возврата к «всеобщему распределению бедности», к возврату лозунга «грабь награбленное», к получению зарплаты за невыполненную или некачественно выполненную работу. Понятно, что удовлетворительные оценки в условиях перехода общества к рыночной экономике, повышения конкуренции во всех сферах жизни абсолютно не гарантируют молодому человеку достойный уровень жизни. Отсюда и негативное отношение к преуспевающим людям, т. е. бизнесменам.

В процессе опроса выявлена зависимость притязаний в бизнесе от успеваемости. 18,4% опрошенных успевают более чем на 4,5 балла. В интервале от 4 до 4,5 баллов учится 37,4% опрошенных. 29,8% имеют средний балл 3,5–4 балла. 10,5% учатся на 3–3,5 балла. Только тройки имеют 3,1% опрошенных, а у 0,7% опрошенных есть и неудовлетворительные оценки. На основании приведенных данных следует отметить, что опрошенные, в основном, учатся достаточно успешно. Каковы же их притязания в бизнесе?

Выяснилось, что из 1387 респондентов 33,3%, т. е. одна треть мечтают стать владельцами предприятия или банкирами. 11,6%, т. е. каждый девятый хочет стать совладельцем предприятия и еще 10% – мечтают о профессии менеджера. Даже несмотря на то, что опросы проводились среди школьников, углубленно изучающих экономические дисциплины, и студентов экономических специальностей, этот показатель слишком высок и не соответствует, как показывают данные выборочных психологических тестирований, типологическим особенностям опрошенных личностей и, скорее всего, обусловлен конъюнктурными соображениями, честолюбием обучающихся, нежели опорой на реальные знания о склонностях и особенностях своей личности. Мировой опыт свидетельствует, что всего лишь 7% населения способны стать предпринимателями.

Если анализировать относительные, а не абсолютные цифры, то выясняется, что среди тех, чей балл успеваемости выше 4,5, мы обнаружили 35,1% желающих быть владельцами предприятия. Это выше цифры общего показателя (33,3%). Однако в честолюбивом стремлении принадлежать к предприни-

матерской элите они уступают тем, чья успеваемость в интервале 3–3,5 балла. Среди этой категории предпринимателями стремятся стать 40,6%. Эта же категория опрошенных лидирует в процентном отношении и в стремлении стать совладельцами предприятия. В целом, 54,9% респондентов мечтают занять высокое положение в предпринимательском списке о рангах: стать владельцами, совладельцами, менеджерами предприятий. Среди тех, кто учится выше, чем на 4,5 балла, этот показатель равен 54,7%; у тех, кто учится в интервале 4–4,5 балла, этот показатель еще выше – 55,6%; у тех, кто учится на 3,5–4 балла – 54,5% и, наконец, у тех, кто учится на 3–3,5 балла, этот показатель самый высокий – 63,8%. Эта статистика имеет достаточно простое объяснение. Наблюдения показывают, что большая часть современных отечественных предпринимателей отнюдь не блистала успехами в обучении. Как креативность далеко не всегда коррелирует с высоким уровнем интеллектуального развития, так и предприимчивость больше присуща не отличникам, а учащимся, показывающим достаточно средние результаты в обучении. Умение списать у товарища, договориться с соучениками, учителями, т. е. «выжить» в системе образования больше формируют психологию предприимчивого человека, чем многочасовое копирование над книгами, выполнением домашних занятий и т. д. Отличники, достигшие успешности обучения лишь за счет собственного труда, без опоры на кооперацию, обмен ресурсами, координацию усилий, в итоге «сгорают», «застревают» на низшей, первой форме экономической активности, какой выступает труд отдельного человека. В то же время менее способные к обучению студенты вынуждены проявлять предприимчивость, которая выступает предпосылкой более высокой разновидности экономической активности, какой является предпринимательство.

На основании анализа научной литературы многолетних наблюдений за деятельностью предпринимателей, бесед с ними, опросов предпринимателей, обучающихся в Челябинском институте Московского государственного университета коммерции, Урайском филиале Тюменского государственного университета, Челябинском филиале университета Российской академии образования, Академии народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации, Златоустовском торгово-экономическом техникуме мы определили **составные элементы** такого интегративного качества, как предприимчивость: поведенческая активность; лидерство; хозяйственная самостоятельность; воля; эмоциональная стабильность; творческая мотивация; инновационный подход;

склонность к хозяйственному риску; коммуникабельность; гуманистическая направленность.

В качестве инструментов конструирования теста мы использовали интуицию, знания специфики предприимчивости как деловой творческой активности личности и наработки ученых в сфере измерения креативности и интеллекта (Д. Гилфорда, Э. Торренса, Оксфордский тест (ОСА), батареи южнокалифорнийских тестов на дивергентное мышление и др.).

Для определения развитости каждого из названных элементов, входящих в структуру предприимчивости, мы подготовили личностный опросник диагностики предприимчивости, включивший 200 вопросов. Созданный нами тест мы апробировали на учащихся шк. № 6 г. Надыма, № 1 г. Урая, № 11 г. Челябинска, студентах Челябинского экономического колледжа, Урайского и Надымского филиалов Тюменского государственного университета, Челябинского института Московского государственного университета коммерции, Челябинского филиала университета РАО и других. Эталонный профиль развитости предприимчивости по 100 – балльной шкале оценки был рассчитан на основании опросов нескольких десятков успешных предпринимателей и экспертной оценки работников Челябинской областной торгово-промышленной палаты, профессорско-преподавательского состава Московского государственного университета коммерции. Своеобразное ядро предприимчивости составили творческая мотивация и инновационный подход. Экспертная оценка показала, что наименее выраженной в рамках предприимчивости должна быть гуманистическая направленность. Этому есть объяснение: в современной социально-экономической ситуации, характеризующейся несформированностью нравственных ориентиров предпринимательства, излишний гуманизм, доверчивость и открытость обрекают делового человека на неминуемый крах, разорение, обнищание и т. д. Симптоматично, что данное обстоятельство осознанно или подсознательно отмечают и участники нашего опроса. На вопрос «Нужно ли придерживаться своеобразного кодекса предпринимательской чести при занятиях бизнесом?» утвердительно ответили 22,6% опрошенных. 19,8% выбрали ответ – «желательно, но не обязательно». «Нет» подчеркнули 23,6% респондентов. 30% затруднились ответить.

Задавая вопрос «Что ты будешь делать, если на рынке появится сильный конкурент?», мы попытались выяснить конкурентоспособность, стиль поведения будущего предпринимателя, и, вместе с тем, перспективы развития рыноч-

ной экономики. Чтобы быть победителем в борьбе с сильным конкурентом, 40,0% высказались за перестройку своей работы, 21,8% попытались бы договориться и скооперироваться с конкурентами. Однако, 21,2% опрошенных все же намерены применить жесткие, неэкономические методы, ведущие к устранению конкурента. Ответы последних – свидетельство сохраняющейся тенденции агрессивного поведения в бизнесе. Обратной стороной агрессивности является уход от борьбы, растерянность, апатия: 1,8% юношей и девушек постарались бы переориентировать свою деятельность на сферу, где нет такой сильной конкурентной борьбы, а 1,2% свернули бы свое дело. В результате дифференциации респондентов, осуществленной на основе анализа их ответов, мы получили четыре *модели поведения в бизнесе*: конструктивную, агрессивную, индифферентную и апатичную.

Что же беспокоит будущих предпринимателей в сложившейся социально-экономической ситуации? По итогам опроса, в порядке значимости, страхи и опасения выстроились следующим образом:

1. Большие налоги – 55,1%;
2. Рэкет – 39,0%;
3. Произвол работников правоохранительных органов – 29,7%;
4. Отсутствие надежных компаньонов – 19,3%;
5. Оскорбления со стороны покупателей (клиентов) – 5,8%.

Подытоживая результаты ответов на названные вопросы, следует подчеркнуть, что студенческая и школьная молодежь, готовящаяся к занятиям бизнесом, коммерцией, в целом резко негативно относится к деструктивным отношениям в бизнесе, выступает за соблюдение своеобразного кодекса предпринимательской чести, конкуренцию умов, интеллектов, а не за культ грубой физической силы, нацелена на конструктивную перестройку своего бизнеса, на открытый диалог с конкурентами, а не на физическое их устранение.

Наряду с экономической социализацией и предприимчивостью, целесообразно дать определение еще одного контекстного понятия. Актуализация предприимчивости – процесс активного включения учащейся молодежи в экономическую жизнь сообщества на этических принципах предпринимательской деятельности и договорных отношениях; это форма культурного самоопределения индивида в профессиональном этосе предпринимательской общности; она предполагает сложные процессы индивидуализации, самоопределения учащегося в предпринимательской культуре, становление его микровремени и

микространства, самоорганизацию его предпринимательской деятельности и культивирование самим обучающимся (как с помощью взрослых, так и без нее) своих потенциальных предпринимательских интересов и своего места в изменяющемся предпринимательском пространстве.

В процессе наших изысканий мы установили, что воспитание предпринимчивости в учреждении образования приобретает характер педагогической системы, если:

- **цели** воспитания предпринимчивости подчинены психолого-педагогическим закономерностям индивидуального развития обучающегося и его становления как потенциального субъекта предпринимательской активности;
- **содержанием** воспитания предпринимчивости является взаимодействие педагога и учащегося в решении индивидуальных проблем самореализации учащегося, включаемого в предпринимательскую деятельность на ранних этапах экономической социализации;
- **технологии** воспитания предпринимчивости разрабатываются и реализуются на основе субъективной модели экономического успеха и реализуются как способы получения положительного педагогического результата, заданного содержанием управляющих программ в условиях, адекватных целям воспитания;
- **критерии** оценочной позиции педагогов имеют динамику возвышения требований к предпринимчивости на разных этапах становления обучающегося как потенциального субъекта предпринимательской активности.

На основании данных опроса, наблюдений, бесед, мы выстроили воспитательную составляющую образовательной стратегии таким образом, чтобы на всех этапах экономической подготовки с учетом психофизических возможностей, социального статуса молодых людей воспитание предпринимчивости было тесно увязано с:

- воспитанием уважения к частной собственности;
- воспитанием иммунитета к асоциально направленным видам бизнеса, в том числе неэкологичным;
- преодолением агрессивности, жестокости;
- привитием норм кодекса предпринимательской чести.

Основными в процессе воспитания предпринимчивости у учащейся молодежи нам представляются следующие идеи:

1) **экономическая индивидуализация** личности как освоение обучающимися роли потенциального субъекта предпринимательской активности;

2) **экономическая социализация** личности как этическое освоение обучающимися роли потенциального субъекта социально-экономических отношений профессиональной общности предпринимателей;

3) **экономическая интеграция** как проектирование субъективной модели экономического успеха и освоения обучающимися роли потенциального субъекта профессионально-предпринимательской деятельности;

4) **педагогическое сопровождение** процесса воспитания предприимчивости;

5) **гуманизация** предпринимательской деятельности. Понятие «предприимчивая личность» диктует необходимость рассматривать личность не с точки зрения теории черт, а с точки зрения ее экономической субъектности, экономической направленности. Экономическая направленность включает в себя следующие структурные элементы: экономические порывы, экономические влечения, экономические желания, экономические потребности, экономические интересы, экономические мотивы, экономические идеалы, экономические убеждения, и, наконец, экономическое мировоззрение, как вершину экономической направленности. В русле нашего понимания, предприимчивость выступает механизмом опосредования мировоззрения и экономической деятельности, фактором экстерниоризации внутреннего, интенционального, потенциального во внешнее, деятельностное.

Таким образом, воспитание предприимчивости предполагает переход от простейших (натуральных, согласно концепции Л. С. Выготского) форм поведения – порывов, влечений, желаний, потребностей, интересов, мотивов – к культурным формам поведения и деятельности, связанным с реализацией экономических идеалов, убеждений и мировоззрения, в целом. Подобный переход не может осуществиться без опоры на закон вращения (по Л. С. Выготскому). Опора на этот закон предполагает, что под руководством педагога обучающийся последовательно проходит освоение усложняющихся ролей экономической деятельности: исполнитель – творец – инициатор и организатор экономического творчества. Процесс педагогического управления проходит три этапа. На первом этапе педагог ставит проблему и намечает метод ее решения, а само решение и его поиск осуществляют учащиеся. На втором этапе педагог только ставит проблему, ученики самостоятельно ищут пути

ее решения. На третьем этапе все – от постановки проблемы, отыскания метода, разработки самого решения – учащиеся осуществляют самостоятельно. Этот подход мы назвали *этапно-ролевым подходом*. Освоение ролей осуществляется в процессе решения предпринимательских задач, тестов, проблем на занятиях по дисциплинам экономического профиля – маркетингу, менеджменту, основам предпринимательской и коммерческой деятельности и некоторым другим, а впоследствии – в процессе практики участия в предпринимательской деятельности. Остановимся подробнее на роли предпринимательских задач в процессе воспитания предприимчивости.

Предпринимательские задачи представляют собой модели ситуаций. Ситуация – это противоречие между планируемым результатом предпринимательской деятельности и реальностью, связанной с изменениями внешней среды организации. Разрешение этого противоречия и выбора того или иного варианта решения приводит к адаптации субъекта предпринимательской деятельности к внешней среде. Причем адаптация может выражать разные формы активности – пассивного приспособления к среде, механического следования за ней и активного приспособления внешних условий под возможности и интересы субъекта. Когда мы имеем в виду вторую сторону адаптации – приспособление (а не приспособление), налицо обращение к предприимчивости, как к части бизнеса, оплодотворенной творческим подходом. Именно поэтому ситуация может выступить в виде противоречия между вновь спланированным более высоким результатом предпринимательской деятельности и относительно стабильной («застывшей») внешней средой. Характеристиками этой среды выступают устойчивая социально-экономическая ситуация, регулярные поставки сырья и полуфабрикатов, станков и оборудования, традиционная технология, отработанная правовая база, стабильная политика государства, привычный уровень конкуренции, известный сегмент рынка и прочие. В этом случае предприимчивость выступает фактором не столько выживания, сколько процветания.

Предприимчивая личность, будь то менеджер, маркетолог и другие, обязана уметь выявить и трансформировать те переменные компоненты организации, от которых зависит, в конечном счете, результативность деятельности организации, в целом, и реализация предприимчивости, в частности (речь идет о таких внутренних переменных организации, как люди, цели, структура, задачи, технология).

Вся деятельность предприимчивой личности представляет собой цепь ситуаций, созданных внешней средой или внутренней умственной активностью личности. Важно превратить ситуацию в задачу и суметь решить последнюю. На практических занятиях в вузе по организации коммерческой деятельности, логистике, экономике, маркетингу и другим предметам преподаватели на основе задач и проблемных ситуаций учат алгоритму их решения.

Решение задачи осуществляется на основе трехэтапного подхода:

- аналитический этап связан с оценкой сложившейся ситуации, формированием (моделированием) предпринимательской задачи;
- проективный этап отражает способы планирования решения задачи;
- исполнительский этап включает практическое решение задачи.

Алгоритм разрешения проблемной, а зачастую и кризисной ситуации начинается с осознания проблемы и анализа исходных данных. Нередко начинающие предприниматели упускают этот момент и принимаются сразу за поиски решения. Если начинающие предприниматели торопятся, не ощущают глубины конфликта, упускают из вида некоторые исходные данные, то более опытные коллеги зачастую воспринимают ситуацию, как уже встречавшуюся в практике, и пытаются использовать стереотипное решение без поправок на изменившиеся условия. Неумение осознать проблему и проанализировать исходные данные приводит к ошибкам в решении.

Говоря об анализе исходных данных, следует помнить о таких составляющих, как:

- 1) место ситуации в процессе предпринимательской деятельности;
- 2) характеристики основных переменных организации (структуры, цели, задач, технологий, людей).
- 3) характеристики внешней среды организации, как среды прямого воздействия (поставщиков материалов и капитала, трудовых ресурсов, потребителей, конкурентов, законов, государственных органов и профсоюзов), так и среды косвенного воздействия, ее сложности, подвижности и изменчивости (международные события, состояние экономики, научно-технический прогресс, политические и социокультурные факторы).

В результате анализа происходит осознание направления приложения предприимчивости. Эти направления могут быть нацелены на:

- увеличение доли рынка, охваченной продукцией фирмы;
- разработку и апробацию новых видов продукции;

- повышение качества предоставленных услуг;
- подготовку, отбор руководителей;
- повышение социальной ответственности за деятельность фирмы.

Далее на основе опыта, знаний и интуиции выдвигаются гипотезы, в которых указываются целесообразные пути, средства, технологии, «ноу-хау», с помощью которых организация будет в состоянии достичь указанных выше целей. Выдвижение гипотез требует активного мышления, импровизированных способностей и развитой интуиции. Гипотезы представляют собой альтернативы вариантов решения проблемы. Выявленные альтернативы проходят оценку с точки зрения критериев деятельности организации и ограничений. Причем имеется в виду, что оптимальное решение – не есть лучшее, с точки зрения идеала, а реально достижимое в сложившейся ситуации. После чего происходит окончательный выбор варианта решения. Затем следует исполнительский этап, включающий апробацию на практике избранного варианта решения. Исходя из содержания, все предпринимательские задачи являются практическими, ибо нацелены на жизненно осязаемый результат. В основе любого акта предпринимательства лежат экономические отношения, нацеленные на капитал, на прибыль. В качестве примера можно указать на такой вид коммуникации, как паблик рилейшнз. Связи с общественностью осуществляются не ради самих связей, а ради того, чтобы «обаять» общественность, представить в выгодном свете свой имидж, свое паблисити, а это уже фактор успеха продукции фирмы на потребительском рынке.

Разрешение проблемной ситуации (задачи) технологически происходит в процессе деловой игры, обязательным элементом которой является использование той или иной разновидности метода мозгового штурма. Группа превращается в «фирму» и разбивается на подгруппы (отделы) по 4–6 человек в каждой. Подгруппы подбираются либо по критерию личной предрасположенности, либо с учетом целесообразности выполняемых функций (ролей) лидера, аналитика, генератора идей, критика, гуманиста, весельчака... Работа в группах предполагает сначала выдвижение идей, в том числе и, на первый взгляд, «бредовых». Далее осуществляется их селекция с учетом имеющихся ограничений (временных, финансовых, пространственных, кадровых, сырьевых и т. д.). Затем происходит выдвижение наиболее эффективных идей на Совет директоров фирмы. На Совете представители подгрупп защищают свои идеи перед его членами, среди которых также имеется ролевая дифференциация.

Именно там осуществляется выбор оптимального варианта (вариантов) решения задачи. Следует отметить, что вся работа четко ограничена во времени. Затем окончательный итог подводит педагог.

Вместе с тем анализ современной теории и практики воспитания предпринимчивости подростков и юношества показывает ряд противоречий:

1) Приоритетность интересов человека в образовании и необходимость возвышения функции индивидуализации воспитания в сфере образования пока не находят своего отражения в содержании школьных и вузовских образовательных программ и соответствующих им государственных образовательных стандартов;

2) Содержание образовательной области «Технология и предпринимательство» ориентировано в наибольшей мере на приобретение предпрофессиональных экономических знаний, умений и навыков, а не на формирование Я-концепции потенциального предпринимателя и соответствующих мотивационно-смысловых образований личности старшего школьника;

3) В педагогической литературе практически отсутствуют исследования по воспитанию предпринимчивости учащейся молодежи, не раскрыты механизмы, обеспечивающие активность учащихся в саморазвитии и самовоспитании предпринимчивости.

Процесс формирования инновационного предпринимательского мышления, а с ним и воспитания предпринимчивости повысит свою результативность, если будет подкреплён процессом самовоспитания предпринимчивости. Под самовоспитанием предпринимчивости подразумевается осознанная самостоятельная, все усложняющаяся работа человека над освоением знаний, умений и навыков (в том числе и российских исторических традиций) в сфере предпринимательства; развитием мышления, воли и прочих присущих качеств; выработкой собственного, не противоречащего общепринятым нормам стиля предпринимательской деятельности; накоплением опыта здоровьесбережения, обусловленного спецификой труда. Правильно поставленное педагогическое управление самовоспитанием (процесс выработки педагогических решений и их реализации, оперативная коррекция деятельности подопечных) есть ни что иное, как умелое стимулирование и контроль над активностью участников процесса саморазвития, самоактуализации предпринимчивости. Самовоспитание предпринимчивости учащихся связано с применением таких средств, как самодиагностика, самокритика, самооценка и т. п. Главным критерием само-

воспитания в этом случае выступает успешность профессиональной деятельности. Программа управления саморазвитием предпринимчивости обучающихся включает в себя различные компоненты: **общие** (направление работы, формы, средства); **особенные** (учет этнических и региональных особенностей личности учащегося); **специфические** (учет психофизиологических особенностей личности учащегося). В процессе управления самовоспитанием особое внимание уделялось поиску оптимального соответствия психической, физической, интеллектуальной и эмоциональной нагрузок соответствующим возможностям личности. На основании анализа мы осуществили моделирование предпринимчивой личности. Эта модель представляется в виде совокупности постоянно развивающихся и взаимодействующих компонентов:

- **гностического** – наличие глубоких, точных, разносторонних знаний в избранной сфере бизнеса, включая широкую экономическую, диагностико-исследовательскую, товароведческую, юридическую, лингвистическую (знание родного и английского языков), философскую и психологическую подготовку, а также стремление к их систематическому совершенствованию, конструктивно-критическое мышление;

- **праксиологического** – наличие умений оптимально использовать банк знаний, сознательно ставить и добиваться решения предпринимательских задач; умения общаться, в том числе и на английском языке, умения работать на современной оргтехнике, водить автомобиль;

- **мотивационно-оценочного** – потребности, интересы, желания, направленные на занятия бизнесом, коммерцией, товароведением, маркетингом; понимание роли, необходимости и ответственности предпринимательства в осуществлении общественного прогресса, уважительное отношение к чужой собственности, личности;

- **эмоционального** – азарт, чувство ожидания успеха, переживание этого успеха, наслаждение успехом, приподнятого оптимистического настроения, предрасположенность к разумному риску;

- **психофизиологического** – психическая устойчивость (одержимость, целеустремленность, настойчивость), крепкое здоровье (выносливость, работоспособность) адаптационная мобильность (восприимчивость к новому, инновациям).

**Критерии** воспитанности предприимчивости личности:

- «чутье» на прибыль (способность предвидеть возможность получения прибыли там, где об этом никто и не помышлял);
- отказ от шаблона, ориентации на авторитеты, умение взглянуть на ситуацию и проблему с новых позиций, с неожиданных сторон;
- способность определить альтернативные варианты выхода на запланированные результаты или, другими словами, поливариантность решений поставленных задач;
- оперативность и нестандартность решений, умение увидеть перспективу дела, предприятия;
- финансовые результаты предпринимательства (получение прибыли и сверхприбыли);
- отношение к предпринимательству (интерес, стремление, желание, готовность);
- привычка заниматься бизнесом, частота и добросовестность совершаемых сделок;
- способность интенсивно и целеустремленно работать в течение длительного времени;
- усвоение и соблюдение норм предпринимательской этики, нравов, традиций и обычаев данной социальной группы (неприятие антигуманных сфер бизнеса, единство слова и дела, обязательность и аккуратность).

Итак, в результате опытно-экспериментальной работы, проведенной в Челябинском институте Московского государственного университета коммерции, Челябинском филиале Университета Российской академии образования и Урайском филиале Тюменского госуниверситета, было обследовано 502 студента. 84 человека (около 17%) развили профиль предприимчивости, близкий к эталонному. Мы назвали это высоким или проблемным уровнем развития предприимчивости. Из 84 человек 62 уже закончили вуз. Практически все они успешно начали свою предпринимательскую карьеру в качестве менеджеров, маркетологов в известных челябинских фирмах «Ариант», «Логика» и др. 129 человек имеют отклонение в развитости элементов предприимчивости от 8 до 10 баллов. Мы отнесли их к среднему или аналитическому уровню развития предприимчивости. Остальные 287 человек имеют отклонения в развитии компонентов предприимчивости от 10 до 40 баллов. Их мы отне-

сли к низкому или критическому уровню развития предприимчивости. Большинство из них продолжают учиться и работают над саморазвитием своих качеств на основе рекомендаций, подготовленных для них профессорско-преподавательским составом вуза. Недостаточный уровень развития предприимчивости по окончании опытно-экспериментальной работы не обнаружен. В соотношении с системой непрерывного экономического образования предпринимательская деятельность представляет собой не столько профессию, сколько определенный образ жизни. Поэтому становление потенциального предпринимателя может быть рассмотрено не с точки зрения приобретения профессиональных, в данном случае, экономических знаний, умений и навыков, а с позиции выбора личностью индивидуального жизненного пути, ее приобщения к профессиональному этосу данной общности и наличия соответствующих мотивационно-смысловых образований, включенных в субъективную модель экономического успеха. Сказанное позволяет заключить, что воспитание предприимчивости молодежи представляет собой одну из важнейших проблем современного образования.

УДК 378.147:681.3

ББК 44.481.253

## **КИБОРГИЗАЦИЯ КАК ОДИН ИЗ ПРИНЦИПОВ ПОСТРОЕНИЯ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ**

Л. И. Долинер

Переход от индустриального общества к информационному вызвал две относительно противоречивые тенденции в образовании. Бурное развитие науки, появление наукоемких производств, высокоинтеллектуальных технологий явилось причиной повышения требований к подготовке выпускников всех типов учебных заведений. Возникла потребность как в существенной интенсификации процесса обучения, так и в значимом улучшении его качества. Одновременно в качестве приоритетной выдвигается гуманистическая (лично ориентированная) парадигма образования, которая считает главной задачей развития личности человека и исходит из того, что развитие индивидуальных качеств человека обеспечат процветание общества в целом.